

## PERPLEJIDAD

Miquel Barceló

En la segunda mitad de febrero, la prensa nos sorprendió con la noticia de que Facebook compraba WhatsApp por un importe de 19.000 millones de dólares (12.000 en acciones y otros 4.000 en efectivo, a los que hay que sumar 3.000 en acciones restringidas para los fundadores y el personal de WhatsApp). WhatsApp se ha configurado ya como la más exitosa empresa de mensajería instantánea, con más de 450 millones de usuarios. La operación de Facebook podría parecer incluso “lógica”, si no fuese por su importe.

Junto a la noticia, apareció también en la prensa la perplejidad por la operación. WhatsApp hace poco que ha empezado a cobrar a sus usuarios, pero una cantidad demasiado pequeña (0,99 dólares o 0,89 euros) para justificar esas cifras. Algunos periodistas hacían la cuenta de la vieja y decían que eso podía representar unos ingresos de unos 450 millones de dólares al año y que eso suponía, para Facebook, recuperar la inversión en una treintena larga de años. Por otra parte, algunos comentaristas decían también que muchos de los usuarios de WhatsApp habían de ser también usuarios de Facebook, o sea que ni pensando en el incremento de usuarios se explicaba la operación.

Los mas conocedores recordaban que precisamente ahora Facebook tiene algunos problemillas (pierde algunos de sus usuarios, pocos con respecto a la totalidad, pero los pierde). También se sabe que justo en estos últimos meses está apareciendo un nuevo aplicativo, Telegram Messenger, que por el momento, con sólo 100 millones de usuarios obtenidos en menos de un año, empieza tal vez a hacer sombra a la “vieja” WhatsApp. Telegram parece ser mejor desde el punto de vista técnico (tiene mayor seguridad y se accede a él desde cualquier dispositivo incluso sistemas de escritorio) y, además, ya se sabe del interés por la novedad tan sobrevalorada por los internautas.

Pero las cuentas no deben hacerse así. Hay (ha de haber...) otras razones.

Facebook se ha configurado como la primera y la más destacada empresa de las que viven del curioso negocio de “vender los datos que sus usuarios le proporcionan gratuitamente”. Ése si es un fenómeno nuevo en la última década.

Debo reconocer que no he entrado personalmente en el mundo de las redes sociales informatizadas (siguen existiendo las no informatizadas, por si hiciera falta recordarlo...), pero mantengo cuentas en ellas para ir viendo cómo funcionan, sus progresos y sus usos como me obliga mi actividad investigadora y docente en temas como “Aspectos sociales y medioambientales de la informática”.

Para una persona como yo, perteneciente a la generación que ya en los años setenta y ochenta dimos batalla por defender la defensa de la privacidad ante la informática, lo cierto es que nos cuesta entender cómo la gente ofrece información gratuita (sí, incluso en nuestra sociedad donde se suele decir que “información es poder”...) a redes poco de fiar respecto de la privacidad como, por ejemplo, es Facebook.

Facebook vive de vender información que obtiene gratuitamente y tal vez quiere ampliar el campo de obtención de esa información con WhatsApp. Pero lo cierto es que tengo mis dudas.

Al hablar de la historia de Internet, mis estudiantes suelen sorprenderse, al debatir sobre algunos documentales de 2008 o 2009. Verifican que en ellos se habla Second Life (hoy prácticamente desaparecida) pero no de Facebook (que arrancó en Harvard en 2004). La volatilidad en la red de redes es descomunal y las modas de un día se convierten en pasado al

siguiente. Tal vez sólo Wikipedia resiste el paso del tiempo con la misma o mayor fuerza que en sus orígenes.

Por eso, tiendo a creer que o bien nos hallamos ante el inicio de una nueva burbuja financiera con las infotecnologías (los nuevos ricos como Zuckerberg tal vez no dan el adecuado valor al dinero...) o, simplemente, que Facebook está huyendo hacia delante tal vez demasiado pronto.

El tiempo lo dirá. Y mientras tanto se seguirán usando tanto Facebook como WhatsApp, hasta que otros aplicativos los superen. Como es ley de vida.